УДК 007:316.658

Умови, механізми та чинники впливу ЗМК на трансформацію ментальності суспільства

Зубарєва М. А.,
канд. наук із соц. ком.

Стаття присвячена дослідженню філософського, культурологічного та психологічного аспектів впливу ЗМК на ментальність суспільства. Розкрито сутність понять «ментальність» та «менталітет», визначено суб'єкт, функціональні одиниці та набір «ментальних операцій» як на рівні індивіда, так і суспільства в цілому.

Узагальнено набір інструментів впливу ЗМК (телебачення, друковані масмедіа, інтернет) на структуру ментальності. Розглянуто передумови та чинники впливу на формування таких видів ментальності: традиційна, кризисна, інноваційна та постінноваційна. Визначено напрям трансформації ментальності в глобалізованому медіапросторі під впливом індустріалізації, глобалізації, модернізації, інформатизації.

Ключові слова: *менталітет; засоби масової комунікації (ЗМК); засоби масової інформації (ЗМІ); глобалізація; соціальна модернізація, інформатизація; трансформація ментальності.*

Conditions, mechanisms and factors of mass media influence on transformation of society's mentality

Zubarieva Mariia,
Candidate of Sciences
on Social Communicaitons

The article investigates the philosophical, cultural and psychological aspects of mass media influence on mentality of the society. It defines the essence of the concepts "mentation" and "mentality", the subject, functional unit and a set of "mental operations" both at the level of an individual and the society as a whole.

It summarizes the toolset of mass media influence on the problems and mentation structure (television, print media, Internet). The preconditions and factors of influence on formation of such mentation types as traditional, crisis, innovation and post-innovation mentation are studied.

It determines the direction of transformation in the mentation of globalized media environment under the influence of industrialization, globalization, modernization and informatization.

Keywords: *mentality; mass communication media (MCM); mass media (MM); globalization; social modernization; computerization; mental transformation.*

Условия, механизмы и факторы влияния СМК на трансформацию ментальности общества

Зубарева М. А.,
канд. наук по соц. ком.

Статья посвящена исследованию философского, культурологического и психологического аспектов влияния СМК на ментальность общества. Раскрыта сущность понятий «ментальность» и «менталитет», определены субъект, функциональные единицы и набор «ментальных операций» как на уровне индивида, так и общества в целом.

Обобщен набор инструментов влияния СМК (телевидение, печатные СМИ, интернет) на проблемы и структуру ментальности. Рассмотрены предпосылки и факторы влияния на формирование таких видов ментальности: традиционная, кризисная, инновационная и постинновационная ментальность. Определено направление трансформации ментальности в глобальном медиапространстве под влиянием индустриализации, глобализации, модернизации, информатизации.

Ключевые слова: *менталитет, средства массовой коммуникации (СМК), средства массовой информации (СМИ), глобализация, социальная модернизация, информатизация, трансформация ментальности.*

© Зубарєва М. А., 2016

Вступ. Розвиток масової культури й комунікації відбувається паралельно, беручи свій початок за часів виникнення масового суспільства й масової людини. Масова комунікація вплетена в тканину сучасного суспільства, в його економіку, політику і культуру, охоплює крос-культурні міжгрупові й міжособистісні відносини. Модернізація засобів масової комунікації, яка відбувається в глобалізованому медіапросторі, зумовлює зростання впливу на всі сфери життєдіяльності суспільства, зокрема і на те, як саме здатен мислити окремий індивід. Це стосується його духовного складу розуму, способу мислення, світосприйняття, світовідчуття тощо. Одним словом – ментальності.

Модернізація є тим механізмом, який дає змогу традиційним суспільствам перейти в розряд індустріальних, а індустріальним суспільствам – у сучасні інформаційні. Модернізація, що забезпечує перехід до сучасного суспільства країн так званого «третього світу», здійснюється за допомогою ЗМК через «ліквідацію недорозвиненості» суспільства за західним типом. Основний шлях, який тут використовується, – це індустріалізація. Таким чином, модернізація, індустріалізація, глобалізація справляють неабиякий вплив на ЗМК, а ті, своєю чергою, формують «вектор думок» індивіда, його ментальність під потрібним ракурсом, його картину світу.

Сьогодні в суспільстві відбувається зміна фундаментальних світоглядних і дослідних уявлень про роль способів сприйняття й мислення людей в площині трансформації ментальності суспільства. Формуючи картину світу, створюючи образи, наповнені новими сенсами й ракурсами, у сучасному суспільстві набуває значення особлива комунікація – масова. Масова комунікація стає найважливішою формою взаємодії в суспільстві, а її вплив здатен трансформувати ментальність будь-якого народу.

Теоретичне підґрунтя. У наукових дослідженнях з етно- та соціопсихології вивчається вплив на індивідуальну й групову поведінку людини, визначається відмінність ментальності від інших психічних феноменів (С. Лур'є, В. Кочеткова, В. Трохимова, П. Гуревич, І. Кондакова, О. Скрипченко, О. Лозова). Багато дослідів стосувались проблеми структури ментальності (Ж. Ле Гофф, Н. Луман, У. Раульф, В. Соснін, А. Токвіль, Е. Фромм, М. Фуко, К. Юнг). При цьому окремі аспекти трансформації соціально-психологічних характеристик ментальності розглядалися латентно та показані лише в таких напрямах, як зміни цінностей, категорій уявлень про світ та ідентичності соціальних груп. Акцентувалась увага на проблемі зміни соціальних уявлень про ментальність.

Дослідження соціальних комунікацій у площині трансформації ментальності суспільства здійснено з позиції маніпулюючого впливу ЗМК (Жан Бодрійяр, Д. Брайант, С. Кара-Мурза, Р. Інглхарт, С. Томпсон, Е. Тоффлер). Простежується деяка закономірність у тому, що сучасна масова комунікація характеризується дедалі більшим інформаційним перевантаженням. Причому ця інформація нерегулярна, невизначена, неорганізована. Незважаючи на величезну кількість інформації, людина залишається самотньою серед цього потоку, їй потрібне «інформаційне живлення» ззовні.

Слід зазначити, що загальних міркувань про ментальність у науковій літературі достатня кількість, а конструктивних фундаментальних ідей щодо методології вивчення ментальності в площині її трансформації під впливом ЗМК практично немає. Залишається малорозробленим питання особливостей переходу від одних типів ментальності до інших під впливом сучасних модернізованих та глобалізованих ЗМК.

Мета статті – дослідити вплив ЗМК на «вектор» трансформації ментальності суспільства.

Завдання статті:

- розкрити сутність понять «ментальність» та «менталітет» через призму філософського, культурологічного та психологічного знання;
- узагальнити набір інструментів впливу ЗМК на проблеми та структуру ментальності;
- визначити напрям трансформації ментальності в глобалізованому медіапросторі під впливом індустріалізації, глобалізації, модернізації, інформатизації.

Результати дослідження. Термін «ментальність» пов'язаний з ім'ям американського вченого філософа Р. Емерсона, який досліджував метафізичне значення душі як основи цінностей та істин індивіда. Згодом було виділено елементи примітивної ментальності, яка належала більше до архаїчного етапу суспільства й протиставлялася розвиненим народам.

Ментальність та менталітет, визначаючи загальну духовно-культурну налаштованість, зазвичай пов'язують з цілісною сукупністю думок, вірувань, відповідної картину світу. Ментальність зміцнює єдність культурної традиції будь-якого суспільства незалежно від ступеня його розвитку. Але чим вищий ступінь розвитку суспільства, тим вищий його потенціал інтелектуальної компетентності, тим вищий рівень його менталізації (проникнення змісту культури у свідомість індивіда) у межах научення, інтеріоризації, соціалізації.

Узагальнюючи міркування тих дослідників, які вивчали проблеми структури ментальності (Ж. Ле Гофф, Н. Луман, У. Раульф, Е. Фромм, М. Фуко та ін.), зазначимо, що суб'єктом ментальності є індивід, а сама ментальність складається з функціональних одиниць (образів, уявлень, настанов, цінностей) і ментальних операцій (способу класифікації, способу міркування й аргументації, співвідношення рефлексії і саморефлексії та ін.),

об'єднуючи в собі свідоме й несвідоме. У загальному розумінні менталітет являє собою активно діюче онтологічне ядро свідомості суспільства, систему парадигмальних і ціннісних національно-культурних архетипів, що проявляються в сукупності соціокультурних сенсів і стереотипів. Концептуальна соціологічна модель менталітету в структурному плані містить: а) парадигмальні архетипи (общинність, широта душі, прагнення до крайнощів) як інваріантні підстави й абсолюти ціннісної свідомості й народної ментальності; б) національно-культурні архетипи (духовність, правда/справедливість, державність) як ціннісні орієнтири, домінанти і соціальні норми, якими визначаються колективні уявлення про належне; в) соціокультурні сенси й стереотипи (ідеї, ідеологеми, міфологеми, переконання, доктрини) як цілісна свідомість суспільства, яке визначається його базисними архетипами.

Значення та роль масової комунікації в сучасному суспільстві визначаються специфічними обставинами, а сам процес інформаційної комунікації, за Н. Луман, полягає у такому: привернення уваги до інформації; використання механізмів та прийомів для її сприйняття та потрібної інтерпретації; збереження в пам'яті для використання [1, 12]. На кожному з цих рівнів можуть використовуватися необхідні маніпулятивні прийоми, навіть такі, які здатні спотворювати інформацію, але в потрібному для ініціатора напрямі.

Деякі філософи соціального напряму (А. Воскобойников, А. Горєлов, В. Лавриненко, Н. Луман, В. Титов та ін.) у своїх працях наголошували на зміні ментальності суспільства, зумовлених поширенням масової комунікації у світі під впливом глобалізації. Крім значного поширення ЗМК, у взаємодії всіх медіакомунікацій – мови, медіапоширення (мова, писемність, книгодрукування, електронні медіа) відбувається конденсація того, що можна назвати одним загальним поняттям – ментальна культура. Комунікація, особливо масова, стає найважливішою формою взаємодії в суспільстві, ядром формування ментальної культури, як інструменту світоглядної системи. При цьому ядро ментального простору охоплює неповторні зміни значень, сенсів і цінностей, укладених у ментальності в певному культурному просторі й часі. Під впливом ЗМК самі конфігурації, а також поєднання різних елементів ментальності відповідають уже певному образу світу й способу життя. У процесі трансформації ментальності відбуваються зміни параметрів, координат і самого ментального простору.

Не можна не погодитися з Ж. Бодрійяром, який справедливо констатував, що сьогоднішня ера ЗМК – це свого роду кінець внутрішньої інтимності, це гіперреальність, яка ставить межі людському існуванню. Сучасна людина тепер нібито «чистий екран» для всіляких мережевих маніпуляційних впливів над свідомістю [2, 126].

Сьогоднішні модернізовані під впливом глобалізації ЗМК – один з інструментів для впливу на умонастрої, свідомість суспільства. Такий вплив дає змогу досягти поставлених цілей за допомогою правильно поставлених завдань. Людина, що поглинає інформацію із ЗМК, поглинає й ті оцінки, які їй навіюються інструментами пропаганди. Створений культурний продукт зазвичай адаптується до споживача (його життєвого досвіду, його переконань, соціальної групи тощо) та подається до споживання у вигляді «інтелектуального чізбургера», готового до вжитку.

На думку Р. Інглхарта і К. Вельцеля, процес модернізації має нелінійний характер, характеризує нескінченний рух в одному напрямі та має «точки перегину», коли головний напрям еволюції змінюється. У результаті модернізація проходить кілька етапів, кожен з яких приводить до характерних для нього змін у світогляді людей, їх ментальності [3, 17]. Можна стверджувати, що економічний розвиток є каталізатором руху сучасних суспільств – від традиційних цінностей до секулярно-раціональних; від цінностей виживання до цінностей самовираження. До категорії традиційних цінностей належать релігія, сім'я, повага до влади, абсолютні стандарти, соціальний конформізм, згода, надається перевага відкритим політичним конфліктам; до категорії секулярно-раціональних – раціональна поведінка, досягнення успіху, перевага світської держави та суспільства, низька роль релігії. Наприклад, для України, з одного боку, характерні цінності, які тяжіють до полюсу виживання, а з іншого – раціоналістичні, як у Німеччині, Норвегії і Данії. До країн із яскраво виявленими традиційними цінностями належать США, Ірландія, країни Латинської Америки, Індія.

Модель трансформації ментальності полягає в тому, що зміна зовнішніх умов приводить до заміщення в ядрі ментальності традиційних значень, сенсів на інноваційні та переструктуровані системи цінностей. У результаті чого формуються інші характеристики, змінюється спрямованість типів ментальності. У процесі трансформації ментальності утворюються нові форми: на рівні надсистем, підсистем, нові форми співбуття, інші ціннісно-змістові поєднання, соціально-психологічні характеристики ментальності, а також прийняття або неприйняття змін суспільством. Включаючись у подальшу регуляцію системи ментальності, новоутворення сприяють самоорганізації суспільства. Поширення цінностей самовираження перетворює процес модернізації в процес людського розвитку, що підвищує ступінь індивідуальної свободи й розширює спектр вибору [9].

Слушною є думка Воскобойникова А. Е.: «….ЗМК звертаються не тільки до людських базових свідомих процесів, але і до підсвідомості,

тим самим заражуючи свідомість, змушуючи її бути «солідарною» з іншими членами суспільства; переконуючи, змушуючи наслідувати» [5, 103].

Відмітними рисами контакту суспільства із ЗМК є зменшення рефлексивності й деіндивідуалізація аудиторії. Це відбувається засобами навіювання, що, своєю чергою, здійснюється на основі внутрішньої настанови «людини-маси», яка має некритичну ментальність та живе на основі наслідування (людина маси демонструє солідарність з іншими членами суспільства) [4, 103]. У результаті такої «обробки» свідомого та підсвідомого відбувається накидання потрібних норм, цінностей і стереотипів суспільству. І особливо важлива та дійова роль у цьому процесі відводиться телебаченню.

Телебачення впливає оперативно, образно, створює «ефект присутності», «ефект особистого спілкування», «ілюзію контакту і швидкого зворотного зв'язку», адже телевізійними ведучими застосовуються прийоми діалогічності, довірливості. Телебачення створює фіктивну реальність. «Око» телекамери, фіксуючи одні події і нефіксуючи інші, фабрикує «псевдоподії», усуває з події правду. Телебачення «усуває рампу» – ту лінію, яка в театрі відокремлює реальне життя від створеної фантазією художника вистави. Цим телебачення робить людину психологічно беззахисною перед інформацією з екрана. Екран стає «співрозмовником», а сам монітор надає «заколисуючого ефекту». При цьому в такі поняття, як «вільне суспільство», «демократія», «національна самосвідомість», «національна ідентичність», «народовладдя», «суверенітет», «економічна свобода» або «фінансова свобода», вкладається новий зміст. І з цим новим змістом вони безперешкодно входять у свідомість людей.

Нині ЗМІ легко змінюють сенс слів і правила гри залежно від кон'юнктури. Політичні евфемізми, що маскують справжній зміст явищ, створюються за допомогою спеціальних термінів. Це спеціальні слова, в принципі, мають точний сенс. Але аудиторія різко розділяється на тих, хто знає точне значення терміна, і на тих, хто не знає. Проте терміни мають магічний вплив на свідомість, несучи на собі відбиток авторитету науки. Наприклад, «однополярний світ – диктат», «афроамериканець – (замість негр)», «наведення порядку – вакуум безпеки», «масові хвилювання – заворушення», «міжетнічний конфлікт – війна», «гуманітарна катастрофа – наслідки геноциду», «непопулярні заходи – соціальна реформа», «антикорупційні дії – податкові санкції», «керована демократія – вибір громадян» тощо.

Е. Тоффлер, розмірковуючи про вплив інформаційних та рекламних засобів інформації на суспільство справедливо звертає увагу на те, що ЗМІ навмисно апелюють до емоцій та почуттів отримувача інформації [6]. Це відбивається на різних сферах життя: економіці, політиці, релігії тощо. Можна припустити, що ментальність суспільства трансформується з урахуванням «Я-потреб» індивіда в іншу площину, з одного стану в інший, наприклад, з антикризовим чи інноваційним типом мислення.

Увійшовши в структуру індивідуальної свідомості, «правильне» векторне сприйняття досить легко виявляється доступним рефлексії. Буденна свідомість не проходить повз феномени ментальності, не помічаючи їх. «Людина маси» значною мірою формується заданою моделлю економіки, політики, культури тощо, а стимулюється – медіаіндустрією, що використовує західні соціальні технології у вигляді спрощення сенсів, тобто одновекторного розуміння контекстуального змісту; підгонки інформаційних даних під потрібні смаки й комплекси суспільства; адаптованості ззовні привабливих накинутих ідей і «загальнолюдських» цінностей; безальтернативності тверджень і суджень накинутого повторення у вигляді ефекту сублімації.

В багатих постіндустріальних суспільствах спостерігаються значні відмінності між поколіннями, це проявляється зокрема у сприйнятті телебачення: молоді наголошують на секулярно-раціональних цінностях і цінностях самовираження порівняно з представниками старших вікових груп. Ментальність молодих людей ніби «губка», яка все поглинає. Особливо якщо ця інформація надходить з мережі інтернет. Тож не дивно, що в сучасному світі імпліцитно наявна небезпека виникнення масової маргінальності, якій може бути властива кримінальна спрямованість мислення. Змінювана ментальність впливає і на мислення індивіда з глибинки, ментальність якого теж формується під впливом медіаіндустрії.

ЗМК здатні служити різним політичним цілям і ідеалам. Вони можуть просвіщати людей, розвивати в них почуття власної гідності, прагнення до свободи й соціальної справедливості, сприяти компетентній участі в політичних процесах, збагачувати особистість, але можуть і духовно поневолювати, дезінформувати й залякувати, розпалювати масову ненависть, сіяти недовіру і страх.

Концепціям «золотого мільярда» (С. М. Кара-Мурза; «золотий мільярд» або «ситий мільярд» споживає левову частку всіх ресурсів на планеті), «гуманітарних інтервенцій» (Кофі Аннан; застосування військової сили проти іноземної держави), «монополярного світу» (Пол Кеннеді; «багатополюсний або мультиполярний світ» так само, як і однополярность, і глобалізація орієнтується на побудову більш досконалого, справедливого, гармонійного і щасливого суспільства) – необхідно протиставляти діалог цивілізацій, ментальностей і культур, що відображається в ідеології «відкритого суспільства».

Світова спільнота все більше усвідомлює недостатність, неповноту стратегій розвитку, що орієнтуються на суто економічні й технократичні критерії. Стає очевидним, що інноваційна модель суспільства, побудованого на економіці знань, буде продуктивною й стійкою, якщо зможе спертися на другий базисний елемент розвитку – цінності культури, підтримка і розвиток яких покликані забезпечити трансформацію ментальності в істинно правильному річищі. Саме сучасні ЗМК є головним способом передачі культурної інформації й актуалізації культурного потенціалу суспільства. На шляхах взаємної інтеграції з'являється єдиний духовний простір – національне культурно-освітнє, громадянське суспільство. У цьому сенсі ментальність віддзеркалює рівень становлення громадянської, національної, професійної самосвідомості, виховання почуття рідної культури, природи, рідної мови, рідної історії; реалізується через тріаду способів пізнання світу і людини: раціонально-логічного, емоційно-образного і провіденціально-аксіологічного. Тісний зв'язок між тероризмом та ЗМІ, про який говорить Ж. Бодрійяр є своєрідним симбіозом, де одна сторона отримує необхідне інформаційне супроводження своєї діяльності, а інша – інформаційні приводи й інтерес публіки, що дає змогу говорити нині про особливу форму тероризму – медіатероризм [2, 19].

Завдяки цифровій революції виникає нова галузь стратегії внутрішньої і зовнішньої політики – інформаційна стратегія. У її межах необхідно зазначити ноополітику як нову форму політичного керівництва, метод реалізації зовнішньої політики в інформаційну епоху, коли, на відміну від грубої сили, ідеї, моральні цінності й закони поширюються за допомогою так званої «м'якої сили» через ноосферу – кіберпростір й інфосферу, що включає кіберпростір і засоби масової інформації. При цьому важливо зазначити і негативний вплив, який здійснюється на ментальність. Так, за допомогою інформаційної зброї нового покоління може створюватися атмосфера бездуховності й аморальності, негативне ставлення до культурної спадщини; маніпулювання суспільною свідомістю й політичною орієнтацією соціальних груп населення з метою створення політичної напруженості й хаосу; дестабілізація політичних відносин між суспільством різних держав з метою провокації конфліктів, взаємознищення; провокування соціальних політичних і релігійних зіткнень тощо; спеціально налаштована загальна дезінформація населення. Як результат, трансформація ментальності суспільства відбувається під впливом жорсткого тотального інформаційного пресингу. Підриваються духовно-моральні цінності, соціальні та громадянські позиції, культурно-естетичні цінності тощо. Цим зумовлена необхідність вироблення адекватного «ментального інструментарію» міжнаціональної взаємодії з метою мінімізації глобалізаційних ризиків для цивілізаційної безпеки взагалі.

Можна говорити про формування інтернет-субкультури, що володіє практично повним набором необхідних ознак: власною мовою, внутрішньою ієрархією, набором усталених ідей, складових світоглядних позицій членів субкультури, певними етичними нормами. Дія цієї субкультури – моделювання прообразу нової ментальної культури.

Не можна залишити поза увагою і вплив інструментів інтернету на ментальність індивіда та суспільства, зокрема на розумові здібності й психіку, спосіб мислення та волевиявлення, здатність протистояти асоціальним діям та дратівливості, здатність аргументовано формувати свою позицію в контексті будь-якого крос-культурного діалогу, будувати свою глобальну «економіку знань» тощо.

Так, наприклад, нині такий інструмент, як e-mail, з одного боку, дає змогу зберігати ліси, які раніше вирубувалися для підтримки величезної кількості ділового листування, а з іншого – є ефективною системою психологічного звикання, якому піддається людина. Facebook уже є не стільки засобом продуктивної комунікації, скільки засобом відвертої самореклами, що викликає в інших користувачів роздратування й спотворене уявлення про дійсність, ознаки депресії і зниження самооцінки. А репостами і ретвітами мережі Twitter краще, ніж радість, огида або смуток, розходиться саме гнів. Узагалі з розвитком соціальних мереж спілкування як таке піднялося на зовсім інший рівень. Тепер, не встаючи з крісла, можна управляти величезною кількістю людей і влаштовувати не тільки мирні флешмоби, а й терористичні акти. А при вивченні реакції деяких активних користувачів на брак можливості бути в «он-лайні» дослідники знайшли риси, схожі з кокаїновою або героїновою залежністю [7].

Інтернет-спілкування з огляду на свою доступність і брак будь-яких стримуючих факторів часто провокує людину на прояв гірших її якостей. Адже велика кількість специфічного контенту, наприклад, відеороликів, що містять жорстокі й шокуючі сцени, негативно позначається на прагненні користувача співчувати, відчувати позитивні емоції. Ігрові терміни, абревіатури, жаргон і сленг онлайн-ігор – все це також впливає на ментальність людей, на формування їх культурних, ідеологічних, релігійних цінностей, політичного мислення, де пропонується висловити свою позицію, залишити при владі або позбутися її тощо. У гравців бракує часу на листування під час гри, у зв'язку з чим, вони скорочують багато слів (графа, кач, молока, акк, альт, го), а також придумують способи обходу всіляких мат-фільтрів в іграх (данун, сцуконах, бла, пшолнах, епта). Усі ці слова швидко розлітаються по форумам, переходять від гри до гри і стають у результаті повсякденними

висловами, які завдяки своїй стислості, ємності й виразності набувають характеру мема (поширеного в інтернетах словечка або фразочки). Наприклад, «баня» – вона ж бан, відлучення від гри адміністрацією людини, «читер / читер» – нечесний гравець, який використовує чіти (обманні коди), «емка» – американська штурмова гвинтівка М16, «хилер» – лікар, частіше жрець, персонаж, який спеціалізується на лікуванні інших гравців, «флуд» – нісенітниця, яка не належить до заданої теми, «павнер / повер» –хороший, досвідчений гравець, «танк / Tank» – персонаж з високим рівнем здоров'я і захисту, «вайп» – термін, що означає загибель всієї групи при спробі винести боса, «заточити» – поліпшити характеристики предмета тощо [8]. Але цікавішим є те, що всі скорочені слова з ігор досить часто переносяться й у сферу реального життя. У ментальність індивіда непомітно від нього вплітаються нові думки, нові стратегії, нова культура сприйняття картини світу.

Очевидно, що ядро ментального простору включає в себе неповторні зміни значень, сенсів і цінностей, укладених у ментальності в певному культурно-інформаційному просторі, трансформується від часів формування суспільства. Сьогоднішня модернізована ментальність суспільства пройшла через призму модернізації ЗМК та ЗМІ. А трансформаційне ядро ментальності, зберігши деякі раніше набуті властивості, йде нерозривно із сьогоднішніми змінами в механізмах, технологіях, інструментах впливу ЗМК на суспільство й елементи його свідомості. З'являються такі види ментальності, як традиційна, кризисна, інноваційна та постінноваційна ментальність.

Висновки. У статті зроблено спробу узагальнити досвід філософських, культурологічних та психологічних досліджень соціальних комунікацій у площині трансформації ментальності суспільства. З'ясовано вплив ЗМК на «вектор» трансформації ментальності суспільства, зокрема на його соціально-психологічний настрій, уявлення про політичну та ідеологічну реальність, соціальні громадянські та релігійно-естетичні позиції, культуру інтерактивного мислення тощо.

Зважаючи на те, що основою зміни ментальних порядків є зміна способів мислення, особливостей комунікації, можна з упевненістю зазначити, що з суто наукової точки зору, повноцінної і закінченої теорії багатополярного модернізованого світу моделювання ідеальної ментальності (шаблонного здорового глузду) суспільства сьогодні не існує. Адже є окремий індивід, а сама ментальність суспільства складається з функціональних одиниць ментальності окремого індивіда. «Хитість» ціннісних орієнтацій викликає «ефект лавини».

Узагальнення різних дискусійних підходів до впливу ЗМК на ментальність дає підстави вважати, що поєднання деякої стабільності (в образі світу), колективізму (в образі життя) і залежності (в комунікації) передбачає традиційну ментальність. Поєднання залежності – у комунікації, активності – у способі життя й нестабільності – в образі світу відрізняє перехідну (кризову) ментальність. Поєднання нестабільності (в образі світу), індивідуалізму (у способі життя) і незалежності (у комунікації) викликає інноваційну ментальність. З'єднання незалежності (у комунікації), пасивності (в образі життя) і стабільності (в образі світу) породжує постінноваційну ментальність, яка може перейти до традиційної за наявності певних культурно-історичних умов та чинників впливу на неї.

Список літератури

1. *Луман* Н. Медиакоммуникации / Н. Луман. – М.: Логос, 2011. – 640 с.

2. *Бодрийяр* Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального = A l'ombre des majoritïs silencieuses, ou la fin du social / Жан Бодрийяр; [пер. с франц. Н. В. Суслова. — Екатеринбург, 2000. – 128 с.

3. *Инглхарт* Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Инглхарт Р., Вельцель К. – М.: Новое издательство, 2011. — 464 с.

4. *Кара-Мурза* С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2011. – 864 с.

5. *Воскобойников* А. Э. Социально-философская картина здоровья людей в современной культуре / Воскобойников А. Э., Камалдинова Э. Ш. // Политика и общество. – 2012. – № 4. – С. 103–107.

6. *Тоффлер* Э. Шок будущого / Э. Тоффлер; [пер. с англ.]. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.

7. 10 способов, которыми інтернет портит Вам жизнь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.publy.ru/post/7273.

8. Игровые термины, аббревиатуры, жаргон и сленг онлайн-игр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmoglobus.ru/igrovye-terminy-abbreviatury-zhargon-i-sleng-onlayn-igr.

9. *Салемгареева* Л. С. СМИ и общественное сознание: влияние, проблемы, технологии манипулирования / Л. С. Салемгареева // Вестник электронных и печатных СМИ. – Вып.2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1537.

References

1. *Luman*, N. (2011), Mediacommunications, Logos, Moscow, 640 p.

2. *Baudrillard*, J. (2000), In The Shadow of The Silent Majority… or The End of The Social, Ekaterinburg, 128 p.

3. *Inglehart*, R. & Welzel, K. (2011), Modernization, Cultural Changes and Democracy: The Sequence of Human Development, Novoje izdatelstvo, Moscow, 464 p.

4. *Kara-Murza*, S. G. (2011), Manipulation of Consciousness, Eksmo, Moscow, 864 p.

5. *Voskoboynikov*, A. E. & Kamaldinova, E.Sh. (2012), "Socio-philosophical picture of people's health in today's

culture", Politika i Obshhestvo [Politics and Society], no.4, pp.103-107.

6. *Toffler*, A. (2002), Future Shock, "Izdatelstvo ACT", Moscow, 557 p.

7. "10 ways where Internet spoils your life", available at: http://www.publy.ru/post/7273.

8. "Game terms, acronyms, jargon and slang of online games", available at: http://mmoglobus.ru/igrovye-terminy-abbreviatury-zhargon-i-sleng-onlayn-igr.

9. *Salemgareeva*, L. S., "Mass media and public consciousness: impact, problems, technologies of manipulation", Vestnik Jelektronnyh i Pechatnyh SMI [Herald of Electronic and Print Media],vol. 2, available at: http://www.vestnik.ipk.ru/ index.php id = 1537?.